



A M B R A

THE SPIRIT OF WINE

Wyniki finansowe za I półrocze roku obrotowego 2014/2015

Warszawa, 16 lutego 2015 r.

Agenda



A M B R A

THE SPIRIT OF WINE

- Wyniki finansowe i kluczowe wskaźniki za I półrocze 2014/2015
- Projekt rozwojowy – CYDR LUBELSKI
- Założenia biznesowe na cały rok 2014/2015



Kluczowe wskaźniki za I półrocze 2014/2015



A M B R A
THE SPIRIT OF WINE

Kluczowe wskaźniki	I półrocze 2014/2015	I półrocze 2013/2014	zmiana [%]
Sprzedaż [mln średnich butelek]	41,4	39,0	+6,0
Przychody ze sprzedaży netto [mln zł]	251,9	249,6	+0,9
Marża ze sprzedaży [mln zł]	115,6	108,3	+6,8
<i>Marża ze sprzedaży %</i>	<i>45,9%</i>	<i>43,4%</i>	
Zysk brutto ze sprzedaży [mln zł]	92,2	87,3	+5,6
<i>Zysk brutto ze sprzedaży %</i>	<i>36,6%</i>	<i>35,0%</i>	
Zysk ze sprzedaży	37,5	36,5	+2,7
EBIT [mln zł]	43,6	35,7	+22,2
Zysk netto akcjonariuszy jednostki dominującej [mln zł]	26,8	23,7	+13,2
Przepływy pieniężne operacyjne [mln zł]	-7,7	-34,8	+77,8
Aktywa [mln zł]	524,4	536,5	-2,3
Zobowiązania z tytułu kredytów i pożyczek netto [mln zł]	100,7	141,9	-29,1

Kluczowe wskaźniki za I półrocze 2014/2015



A M B R A

THE SPIRIT OF WINE

- Sprzedaż rośnie o 0,9% wartościowo i 6,0% wolumetrycznie – głównie dzięki bardzo dobrej dynamice sprzedaży CYDRU LUBELSKIEGO. Spadek sprzedaży wermutów w kanale dyskontowym. Sprzedaż pozostałych asortymentów na poziomie zbliżonym do roku ubiegłego.
- Zysk brutto ze sprzedaży rośnie o 4,9 mln zł, czyli o 5,6%, a jego rentowność poprawia się pomimo wzrostu wsparcia marketingowego CYDRU LUBELSKIEGO.
- Wzrost kosztów wynagrodzeń związany z rozbudową organizacji sprzedaży i podwyżkami wynagrodzeń obciążyły zysk operacyjny kwotą 2,6 mln zł.
- Jednorazowe zyski ze sprzedaży aktywów nieoperacyjnych (winiarnia w Czechach oraz część nieruchomości w Rumunii) poprawiają wartość EBIT o 6,2 mln zł. EBIT oczyszczony o wpływ zysków jednorazowych rośnie o 1,7 mln zł, czyli 4,8%.
- Zmniejszenie zapasów towarów, w szczególności alkoholi mocnych oraz sprzedaż aktywów obniżają zadłużenie oprocentowane netto o 41,2 mln zł, czyli o 29,1%.
- Zysk akcjonariuszy jednostki dominującej rośnie o 3,1 mln zł, czyli o 13,2%.

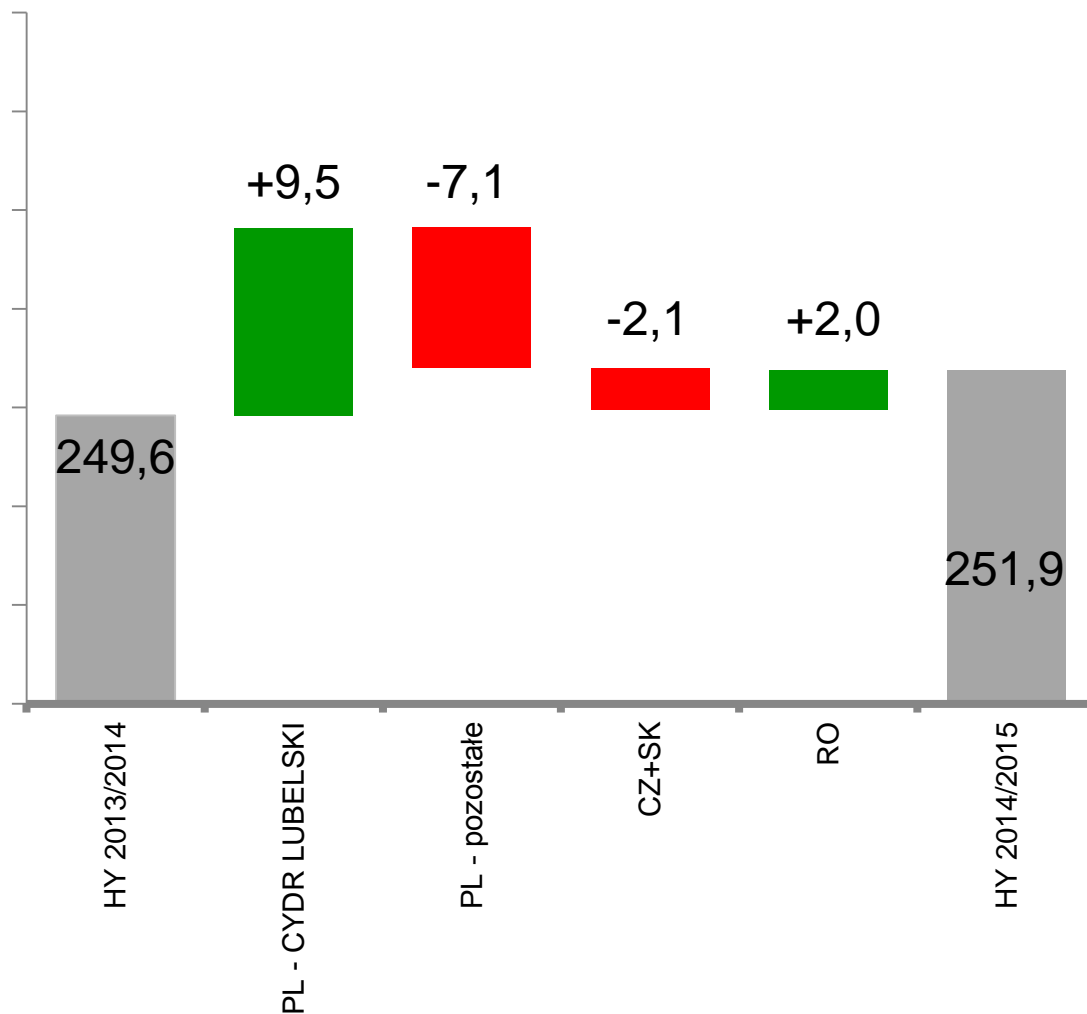
Sprzedaż netto

[mln zł] I półrocze 2014/2015



A M B R A

THE SPIRIT OF WINE



**Wzrost przychodów
o 2,3 mln zł (+0,9%)**

Polska – dynamiczny rozwój
CYDRU LUBELSKIEGO;
niższa sprzedaż wermutów w
kanale dyskontowym.
Czechy i Słowacja – niższa
sprzedaż do gastronomii.
Rumunia – niższa stawka
akcyzy dla części
asortymentu.

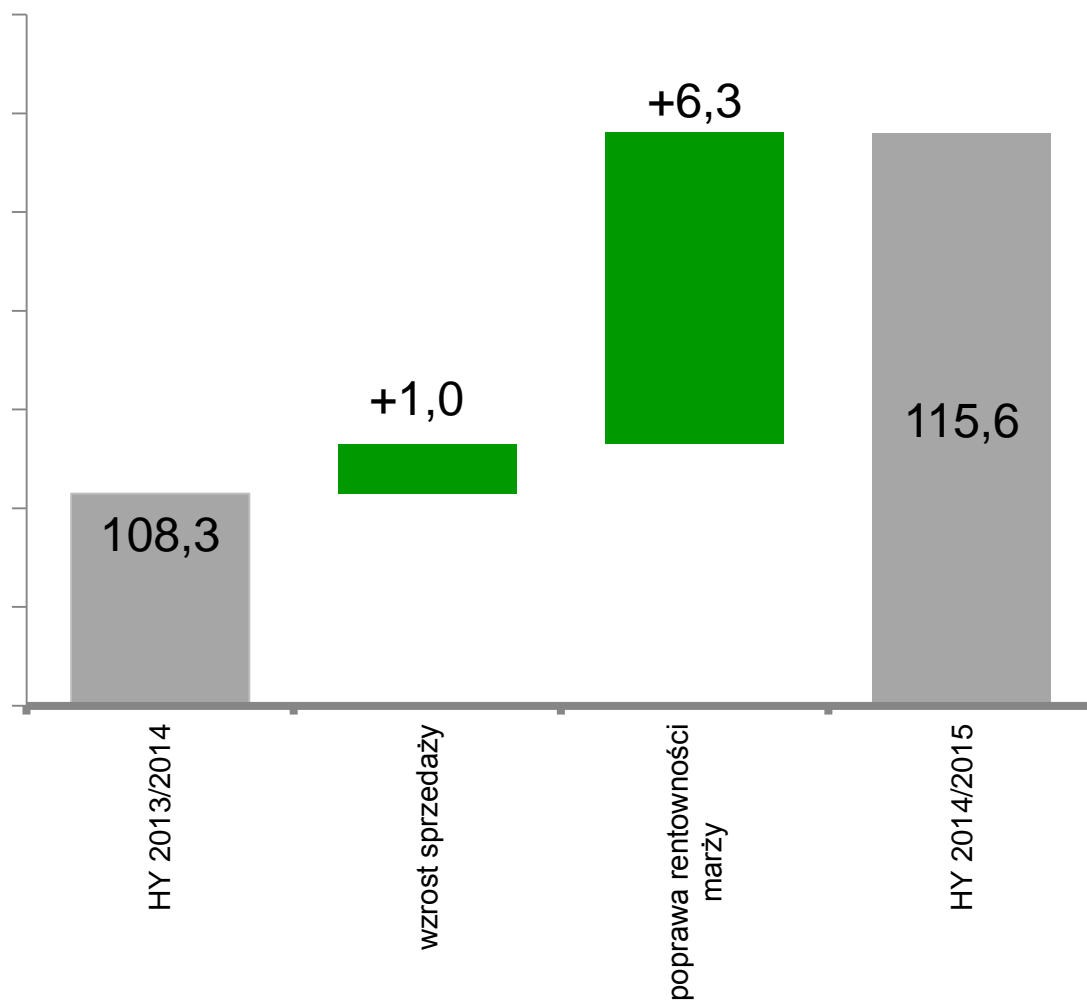
Marża ze sprzedaży

[mln zł] I półrocze 2014/2015



A M B R A

THE SPIRIT OF WINE



Wzrost marży
o 7,3 mln zł (+6,8%)

Poprawa rentowności marży dzięki niższym kosztom zakupu surowców (wino, jabłka).

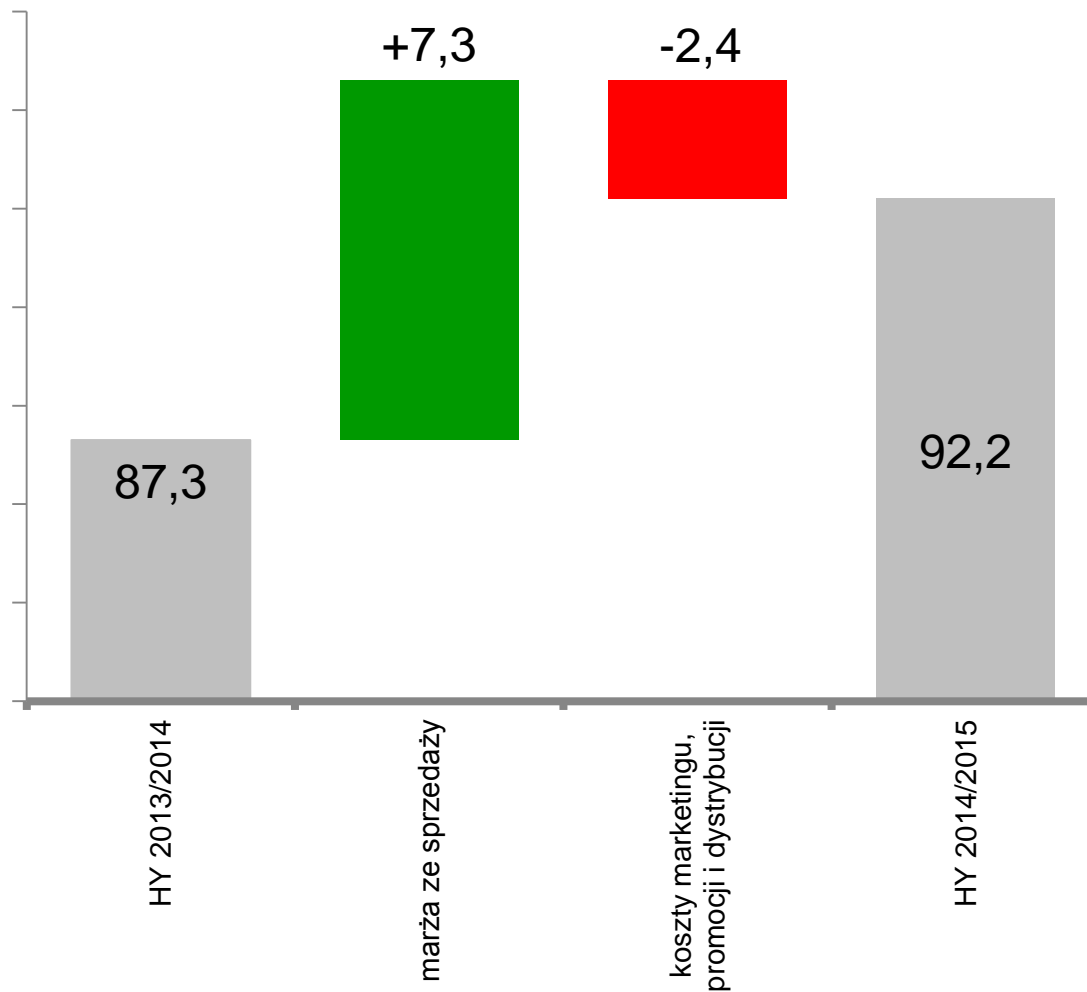
Zysk brutto ze sprzedaży

[mln zł] I półrocze 2014/2015



A M B R A

THE SPIRIT OF WINE



Wzrost zysku brutto ze sprzedaży o 4,9 mln zł (+5,6%)

Wzrost kosztów marketingu związany głównie z rozwojem CYDRU LUBELSKIEGO.

Koszty dystrybucji na niezmiennym poziomie.

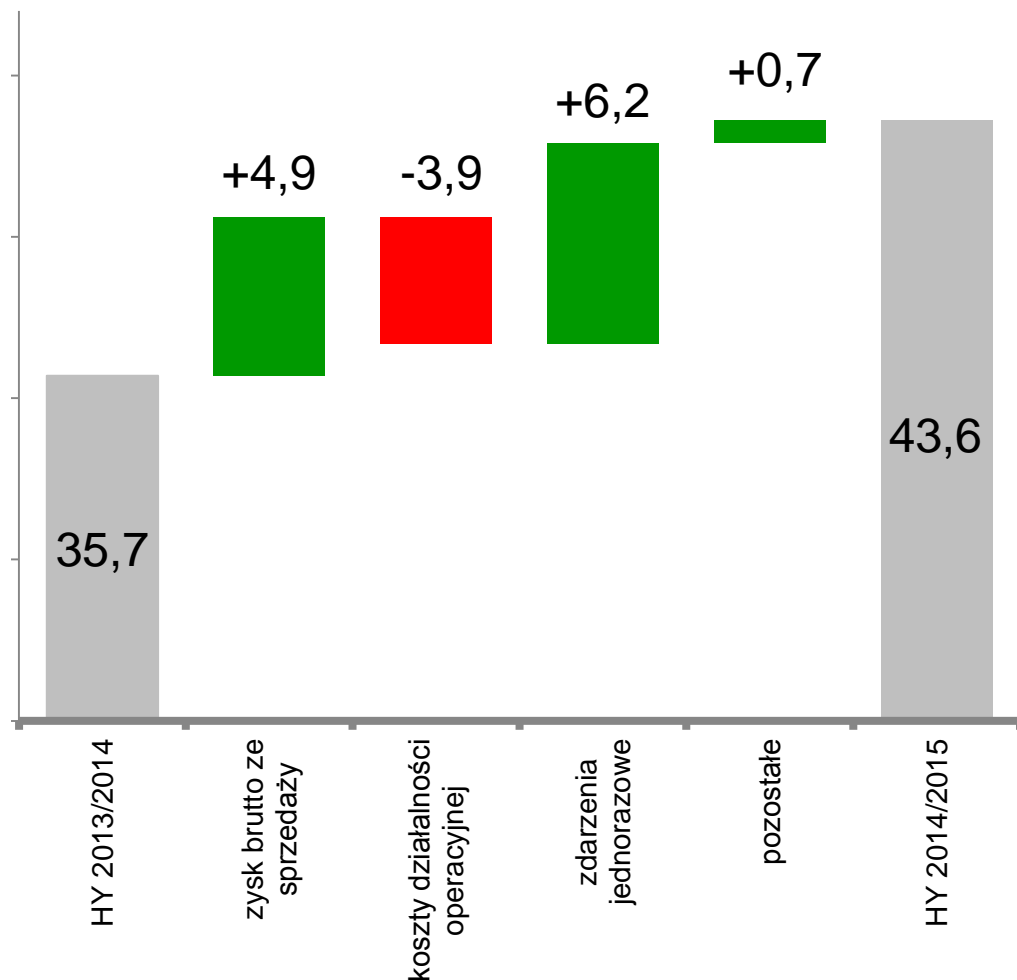
Zysk operacyjny (EBIT)

[mln zł] – I półrocze 2014/2015



A M B R A

THE SPIRIT OF WINE



Wzrost EBIT o 7,9 mln zł (+22,2%).

Wzrost EBIT bez uwzględnienia efektu *one-off* o 1,7 mln zł (+4,8%).

Wzrost kosztów operacyjnych w związku z rozbudową organizacji sprzedaży i podwyżkami płac.

Zdarzenia jednorazowe: sprzedaż winiarni w Czechach i części nieruchomości w Rumunii.

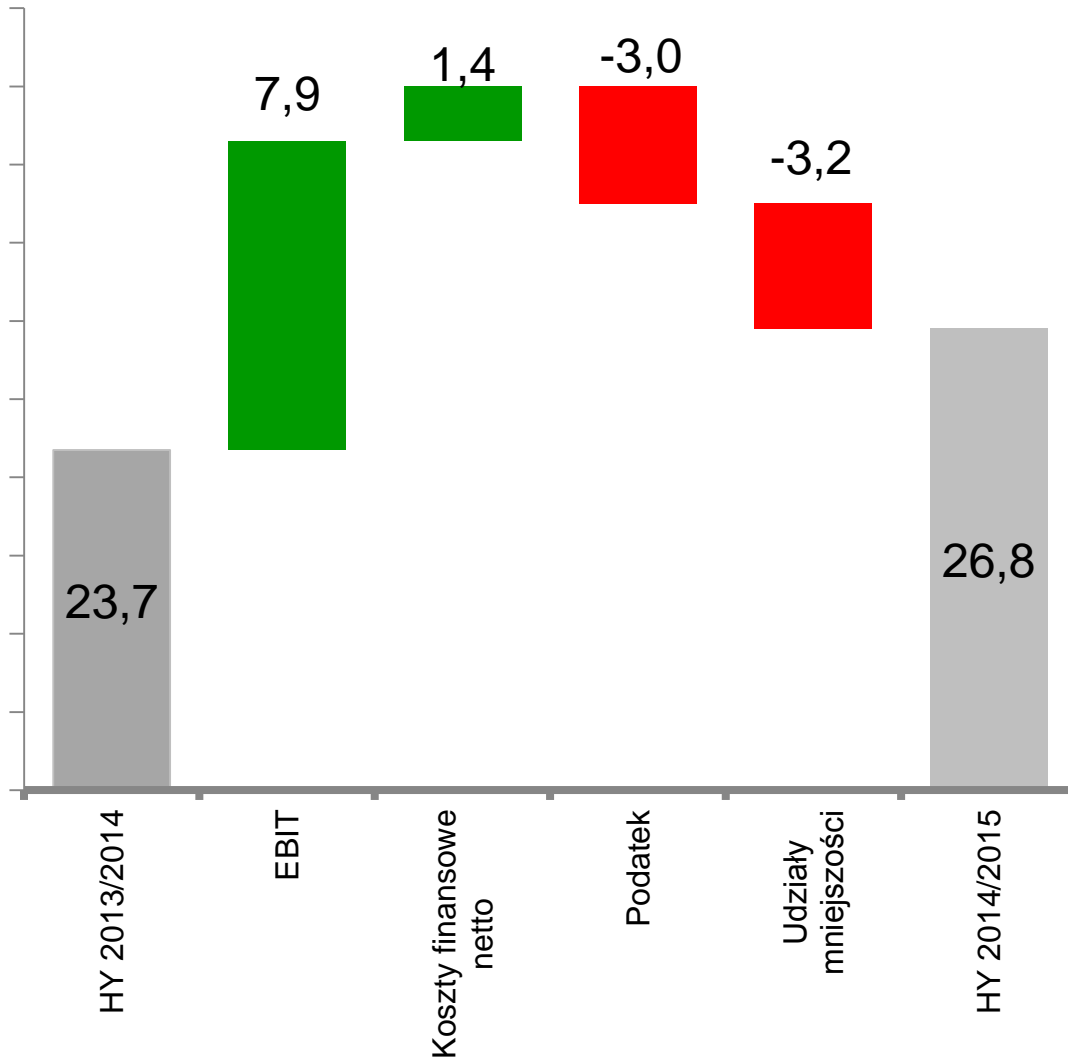
Zysk netto akcjonariuszy AMBRA



A M B R A

THE SPIRIT OF WINE

[mln zł] – I półrocze 2014/2015



Zysk netto akcjonariuszy jednostki dominującej wyższy o 3,1 mln zł (+13,2%)

Wzrost zysku netto przypadającego akcjonariuszom jednostki dominującej głównie dzięki wzrostowi zysku operacyjnego.

Niższe koszty finansowania związane z obniżeniem poziomu zapasów i sprzedażą aktywów nieoperacyjnych.

Agenda



A M B R A

THE SPIRIT OF WINE

- Wyniki finansowe i kluczowe wskaźniki za I półrocze 2014/2015

▪ Projekt rozwojowy – CYDR LUBELSKI

- Założenia biznesowe na rok 2014/2015



Projekt rozwojowy CYDR LUBELSKI



A M B R A
THE SPIRIT OF WINE

Co osiągnęliśmy od wprowadzenia na rynek?

- Sprzedaż: około 5 mln litrów
- Pozycja rynkowa: zdecydowany lider
- Świadomość marki (spontaniczna): ponad 50%

Wsparcie marketingowe obejmowało m.in.:

- Telewizyjną kampanię sponsoringową
- Imprezy w największych miastach Polski i popularnych ośrodkach turystycznych
- Specjalne ekspozycje w miejscach sprzedaży



Projekt rozwojowy CYDR LUBELSKI



A M B R A

THE SPIRIT OF WINE

Perspektywy rozwoju rynku cydru:

- 30 do 50 mln litrów w ciągu 5 lat
- czyli ok. 0,8% – 1,5% rynku piwa

Taki poziom konsumpcji cydru nadal będzie niski w porównaniu do wielu innych krajów europejskich.



Agenda



A M B R A

THE SPIRIT OF WINE

- Wyniki finansowe i kluczowe wskaźniki za I półrocze 2014/2015

- Projekt rozwojowy – CYDR LUBELSKI

- Założenia biznesowe na rok 2014/2015



Założenia biznesowe na rok 2014/2015



A M B R A
THE SPIRIT OF WINE

- ✓ Stabilny poziom sprzedaży win stołowych
- ✓ Kilkuprocentowy spadek wermutu i win musujących – kurczenie się kategorii mainstream
- ✓ Dynamiczny wzrost sprzedaży cydru
- ✓ Inwestycje w markę CYDR LUBELSKI
- ✓ Wzrost EBIT
- ✓ Powrót do efektywnej stawki podatkowej ok. 20%





A M B R A

THE SPIRIT OF WINE

Zapraszamy do kontaktu

www.ambra.com.pl

ir@ambra.com.pl

https://twitter.com/ambra_sa



A M B R A

THE SPIRIT OF WINE

Niniejsza prezentacja poświęcona Spółce AMBRA S.A. („Prezentacja”) została przygotowana przez AMBRA S.A. („Spółka”). Ani niniejsza Prezentacja, ani jakakolwiek jej kopia nie może być powielana, rozpowszechniana, ani przekazywana bezpośrednio lub pośrednio jakiejkolwiek osobie w jakimkolwiek celu bez wiedzy i zgody Spółki. Nieprzestrzeganie tych ograniczeń może stanowić naruszenie obowiązującego prawa.

Niniejsza Prezentacja może nie przedstawiać pełnego ani wyczerpującego obrazu Spółki, jej pozycji i perspektyw. Niniejsza Prezentacja, związane z nią slajdy oraz ich opisy mogą zawierać twierdzenia odnoszące się do przyszłości. Twierdzenia takie nie mogą być jednak rozumiane jako zapewnienia i prognozy Spółki, co do spodziewanych przyszłych wyników Spółki czy spółek jej grupy kapitałowej. Spółka przekazuje istotne fragmenty jej strategii oraz poszczególne aspekty jej działalności zgodnie z najlepszą wiedzą Zarządu.

Ani Spółka, ani jej Akcjonariusze, podmioty zależne, doradcy lub przedstawiciele tych osób nie ponoszą żadnej odpowiedzialności z jakiegokolwiek powodu wynikającego z dowolnego wykorzystania niniejszej Prezentacji. Ponadto żadne informacje zawarte w niniejszej Prezentacji nie stanowią zobowiązania ani oświadczenia ze strony Spółki, jej udziałowców, podmiotów zależnych, doradców lub przedstawicieli takich osób.

Niniejsza Prezentacja została sporządzona wyłącznie w celach informacyjnych i promocyjnych i nie stanowi oferty kupna bądź sprzedaży, ani oferty mającej na celu pozyskanie oferty kupna lub sprzedaży jakichkolwiek papierów wartościowych, bądź instrumentów., finansowych lub uczestnictwa w jakimkolwiek przedsięwzięciu handlowym. Niniejsza Prezentacja nie stanowi oferty ani zaproszenia do dokonania zakupu bądź zapisu na jakiegokolwiek papierze wartościowym w dowolnej jurysdykcji i żadne postanowienia w niej zawarte nie mogą stanowić podstawy żadnej umowy, zobowiązania lub decyzji inwestycyjnej, ani też nie należy na niej polegać w związku z jakąkolwiek umową, zobowiązaniem lub decyzją inwestycyjną.